



## Social media policy di Ateneo

L'Università degli studi di Bergamo utilizza i principali social media per diffondere le proprie iniziative ed attività. I profili istituzionali ufficiali sono coordinati e gestiti dal Social media manager con il supporto dell'Unità operativa comunicazione.

La gestione dei profili istituzionali di ateneo viene svolta sotto la supervisione del Prorettore alla Ricerca e la Comunicazione Istituzionale.

### Contenuti

I profili social pubblicano contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali originali che sono da considerarsi in licenza Creative Commons CC BY ND 4.0 [Attribuzione - Non uso commerciale - Non opere derivate]: possono essere condivisi nei vincoli imposti dalle piattaforme e devono sempre essere accreditati all'autore o al canale originale di riferimento.

La presenza sui social media costituisce un'interfaccia complementare agli strumenti tradizionali e istituzionali per rapportarsi con quanti vogliono condividere questi spazi e in particolar modo con gli stakeholder di ateneo.

Lo scopo è comunicare e informare, ma anche ricevere feedback e stimolare l'interazione tra l'Ateneo e i suoi utenti. L'adesione a questi profili o l'apertura di profili tematici ufficialmente riconosciuti comporta l'accettazione delle presenti policy.

L'Ateneo rispetta la libertà d'espressione e l'interazione di conoscenze, ma richiede che esse si attengano ai termini indicati nelle pagine Termini e normative di Facebook e Instagram, Linee Guida e Normative LinkedIn, Linee guida e norme Twitter e Norme della Community YouTube

Tutti gli utenti collegati ai profili social sono tenuti a rispettare le comuni regole di buona educazione e buon senso. Per garantire un confronto civile è quindi richiesto un linguaggio appropriato. Ciascun membro della community è inoltre consapevole di essere personalmente responsabile dei post inseriti e delle conseguenze giuridiche di dichiarazioni e comportamenti.



## Risposte dell'ateneo

La comunicazione sui social media non vuole e non può sostituirsi alle competenze specifiche di uffici ed organi dell'Ateneo e ai canali istituzionalmente riconosciuti, soprattutto laddove la comunicazione assume valore legale o funzionale alle attività didattiche (ad es. non si utilizzano i profili social per comunicare una variazione di orario delle lezioni)

Dove non possa essere fornita la soluzione diretta alla richiesta dell'utente si suggerisce di indicare il canale più autorevole per ruolo, dati, notizie e spiegazioni, in modo da poter garantire la giusta risposta al caso particolare di ognuno.

## Comportamenti non consentiti e moderazione

I commenti degli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella dell'Università degli studi di Bergamo, che non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene postato sui canali da terzi, entità giuridiche o naturali.

Saranno rimossi commenti e post che violino le condizioni espresse in questo documento. In particolare Facebook, YouTube e LinkedIn non possono essere utilizzati per pubblicare interventi e commenti che siano discriminatori o offensivi nei confronti di altri utenti, presenti o meno alla discussione, di enti, associazioni, aziende o di chi gestisce e modera la pagina o, in ogni caso, in contrasto con quanto disposto dal Codice Etico di Ateneo.

In particolare non sono ammessi: promozione o sostegno di attività illegali; utilizzo di un linguaggio offensivo o scurrile; diffamazione o minaccia; diffusione non autorizzata di dati personali o sensibili di terzi; attacchi personali di qualsiasi tipo o commenti offensivi rivolti a qualunque gruppo etnico, politico o religioso o a specifiche minoranze; spam o inserimento di link a siti esterni fuori argomento (off topic); comportamenti gratuitamente polemici, soprattutto se reiterati (cosiddetti trolling o flame); commenti inappropriati e offensivi, spam; promozione di prodotti, servizi e/o organizzazioni politiche; violazioni del diritto d'autore e utilizzo non autorizzato di marchi registrati; promozioni di raccolta fondi; qualsiasi messaggio che offenda la dignità e l'immagine dell'Università degli Studi di Bergamo.



A seguito di reiterati comportamenti non rispettosi delle regole descritte in questa policy, verranno ignorati o eliminati a insindacabile giudizio dell'ateneo, l'utente responsabile potrà essere bloccato ("bannato") e i contenuti e/o i comportamenti non conformi, se necessario, saranno segnalati alle autorità competenti. Se tali comportamenti dovessero verificarsi da parte o sui profili tematici ufficialmente riconosciuti, l'Ateneo potrà richiedere l'immediata chiusura di tali profili e agirà per difendere la propria immagine e reputazione nelle sedi competenti.

### **Promozione di eventi e iniziative**

Ognuno può partecipare alla community, se quanto esprime è di interesse per il mondo universitario e la vita dell'Ateneo.

Sono ammesse segnalazioni solo se pertinenti alla discussione in corso. I commenti e i post che nulla hanno a che vedere con l'Università degli studi di Bergamo saranno rimossi così come i contenuti meramente pubblicitari.

### **Privacy**

Si ricorda che il trattamento dei dati personali e sensibili degli utenti risponderà alle policy in uso sulle diverse piattaforme in oggetto (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, ecc.) I dati personali e sensibili postati in commenti o post pubblici all'interno dei profili social dell'Università degli studi di Bergamo o i profili tematici ufficiali verranno rimossi.

I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle leggi comunitarie e nazionali sulla privacy.

### **Codice Etico**

Essendo espressione dell'Università degli studi di Bergamo o di suoi organismi, le pagine Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn, e il profilo Twitter si attengono alle indicazioni del Codice Etico di Ateneo e si impegna a promuovere e garantire i valori da questo espresso.



## Norme d'uso da parte dei profili tematici ufficiali

In linea con gli obiettivi della social media strategy di Ateneo, oltre ai profili istituzionali, l'Università degli studi di Bergamo acconsente alla creazione di profili social ufficiali afferenti ai diversi organismi dell'ateneo (centri di ricerca, corsi di laurea, ecc.)

- I **Profili tematici ufficiali** di ateneo sono quei profili sui social media che rappresentano i diversi organismi di ateneo, e vengono gestiti in autonomia dai loro responsabili in linea con le social media policy di ateneo e con il codice etico dell'Ateneo.
- **Responsabilità:** l'ateneo non si assume alcuna responsabilità circa contenuti pubblicati, opinioni espresse o modalità di interazione con gli utenti da queste pagine. I gestori di questi profili saranno ritenuti responsabili di qualsiasi azione che danneggi l'immagine o la reputazione dell'ateneo, portando all'immediata richiesta di chiusura del profilo e la segnalazione alle piattaforme presidiate.
- **Condivisone e promozione:** l'Unità operativa comunicazione e il social media manager di ateneo valuteranno le richieste di diffusione o ricondivisione di contenuti provenienti solo dai profili ufficialmente riconosciuti.
- La **creazione e la gestione dei Profili Tematici** sui social media, così come la definizione dei ruoli e delle responsabilità devono essere conformi al Codice etico di Ateneo e quanto disposto dalle "Linee Guida per i siti web della PA – Vademecum Pubblica Amministrazione e social media" del Ministero della Funzione Pubblica.

I profili ufficialmente afferenti all'Università degli studi di Bergamo sono gestiti in autonomia da parte dei rispettivi responsabili social, che hanno facoltà di determinare specifiche linee editoriali, tone of voice e modelli di moderazione nel rispetto delle Norme di comportamento di ogni piattaforma, della Social media policy esterna e del Codice Etico di Ateneo.



Si espongono tuttavia alcuni suggerimenti di carattere pratico per una comunicazione più efficace:

- Definire gli obiettivi della presenza sui social media, individuando la piattaforma o le piattaforme più adatte.
- Utilizzare gli elementi dell'immagine coordinata di ateneo seguendo le indicazioni presenti nel Manuale di identità visiva.
- Stabilire un piano editoriale per organizzare i contenuti e mantenere i profili aggiornati.
- Adottare uno stile di comunicazione adeguato alla piattaforma, al pubblico al quale si rivolge e agli obiettivi del progetto, ma mantenere la sobrietà propria di un'istituzione pubblica (o suo organismo), senza però utilizzare un linguaggio burocratico.
- Sfruttare le specificità di ogni piattaforma in termini funzionali e linguistici (ad es. uso di video e immagini, pubblicazione di link, uso delle mention, dei tag e hashtag, ecc.).
- Predisporre un piano di gestione delle conversazioni e uno di gestione delle situazioni di crisi.
- Monitorare regolarmente tutti i profili social, evitando di lasciarli inattivi (in alternativa renderli privati) .



## Profili social personali dei docenti, PTA e collaboratori dell'Ateneo

Nel caso in cui un dipendente o collaboratore dell'Università degli studi di Bergamo (docenti, PTA, consulenti, dottorandi, ecc.) sia presente con un profilo personale sui social media, e in particolare laddove "la persona può essere comunque identificata dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente della PA [...] come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento corretto." ([pag. 31 "Linee Guida per i siti web della PA - Vademecum Pubblica Amministrazione e social media"](#)).

- Pertanto, oltre a quanto previsto dal [D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62](#) - Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, il personale dovrà considerare lo spazio del social network come spazio pubblico e non privato, in particolare per quanto riguarda il lavoro e le tematiche che attengono la propria Amministrazione.
- In particolare, il dipendente o collaboratore dell'Università degli studi di Bergamo è tenuto, anche nel comunicare sui social network, al rispetto del Codice Etico di Ateneo, delle norme che regolano ogni piattaforma e più in generale al rispetto della dignità dell'Ateneo.